

Maklertrendstudie 2011/2012

„Weichenstellung für die Zukunft“

Fondspolicen:

Trends – Absatzpotenziale - Beratung – Garantien - Transparenz

durchgeführt von Towers Watson
im Auftrag der maklermanagement.ag



Maklertrendstudie 2011/2012

Im Auftrag der maklermanagement.ag hat Towers Watson im Zeitraum Mai bis Juni 2011 die repräsentative Maklertrendstudie „Anforderungen von Maklern an fondsgebundene Produkte und Anbieter“ durchgeführt.

Merkmale der Stichprobe:

- Ca. 300 unabhängige Vermittler
- Regionaler Querschnitt aus Deutschland gesamt
- Querschnitt aus kleineren, mittelständischen Maklern sowie Großmaklern

Ausgewählte Themenschwerpunkte:

- Produkt-, Anbieter- und Vertriebstrends von fondsgebundenen Produkten aus Maklersicht
- Anforderungen für den Vertrieb von fondsgebundenen Produkten
- Herausforderungen, die bewältigt werden müssen, um das Geschäft erfolgreich betreiben zu können
- Erfolgsaussichten der verschiedenen Produktgattungen und Produktinnovationen
- Anforderungen der Vermittler an neue Vertriebskonzepte, Service und Unterstützung

Themen

- 1 Fondspolicengeschäft, Beratungsverhalten und Transparenz
- 2 Absatzpotenziale, Produktrends und Garantien

Themen

- 1 Fondspolicengeschäft, Beratungsverhalten und Transparenz
- 2 Absatzpotenziale, Produktrends und Garantien

Die Rechnungszinsabsenkung wird das Fondspolices-Geschäft beflügeln. Einen Schlussverkauf traditioneller Produkte erwarten Makler mehrheitlich eher nicht.



„Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen?“

Die anstehende Rechnungszinsänderung wird den Absatz fondsgebundener Produkte beflügeln.



Profiteure von der Einführung von Solvency II werden Anbieter fondsgebundener Produkte sein.



Die Einführung von Solvency II wird die Produktlandschaft in der Lebensversicherung massiv ändern.



Nach der Rechnungszinsänderung werden traditionelle Produkte nahezu unverkäuflich sein.



Ich erwarte in diesem Jahr noch einen Schlussverkauf bei traditionellen Produkten.



■ 2011

(„Stimme vollkommen zu“ und „stimme eher zu“ wurden zusammengefasst)

Makler sind mehrheitlich von der Leistungsfähigkeit der Fondspolice mit Garantiekomponenten überzeugt.

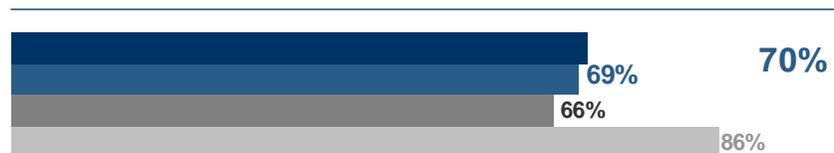


„Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen?“

Ich halte die Fondspolice mit Garantiekomponenten für leistungsfähiger als eine kapitalbildende Rentenversicherung.



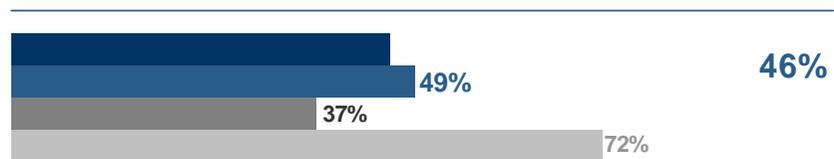
Fondsgebundene Produkte machen einen Großteil des Neugeschäfts Leben aus.



Ich erwarte, dass das Einmalbeitragsgeschäft über den Maklerkanal an Bedeutung gewinnt.



Ich verzeichne eine steigende Nachfrage nach fondsgebundenen Produkten.



■ 2011 ■ 2010 ■ 2009 ■ 2008

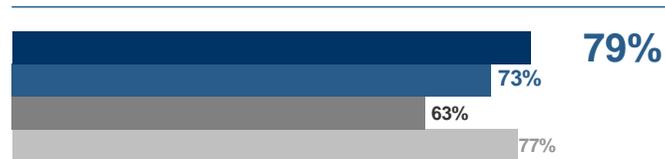
(„Stimme vollkommen zu“ und „stimme eher zu“ wurden zusammengefasst)

Die Makler erwarten, dass sich weitere Anbieter auf Fondspolicen konzentrieren werden.

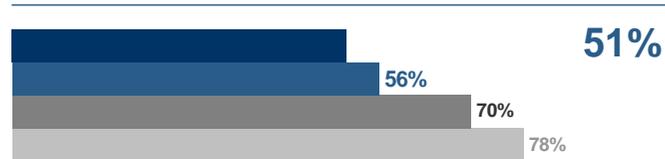


„Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen?“

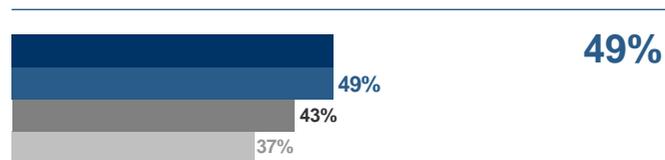
Ich erwarte, dass sich weitere Anbieter schwerpunktmäßig auf fondsgebundene Produkte konzentrieren.



Ich erwarte, dass Versicherer den Fondsanbietern Marktanteile abnehmen.



Bei fondsgebundenen Produkten vertraue ich eher deutschen Anbietern.



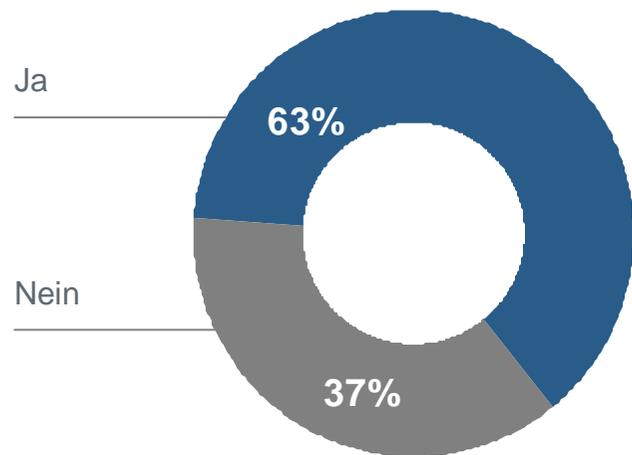
■ 2011 ■ 2010 ■ 2009 ■ 2008

(„Stimme vollkommen zu“ und „stimme eher zu“ wurden zusammengefasst)

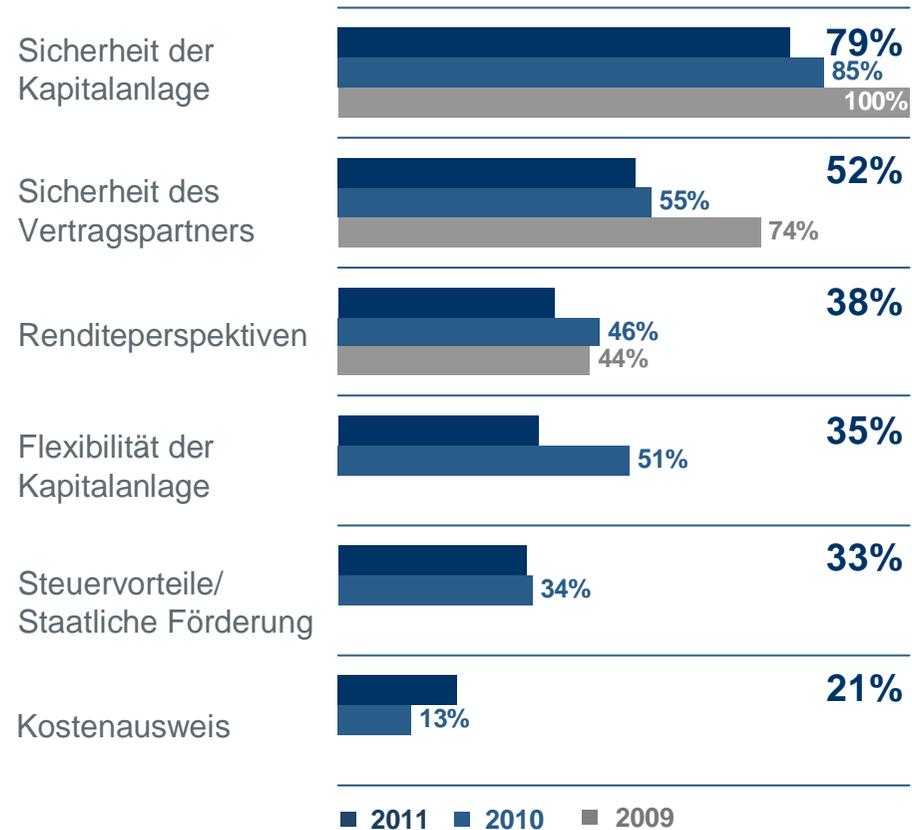
Der Beratungsbedarf bei den Kunden ist weiterhin hoch. Das Thema „Kostenausweis“ gewinnt in der Beratung an Bedeutung.



„Stellen Sie gegenüber dem Vorjahr einen höheren Beratungsbedarf bei Ihren Kunden fest?“



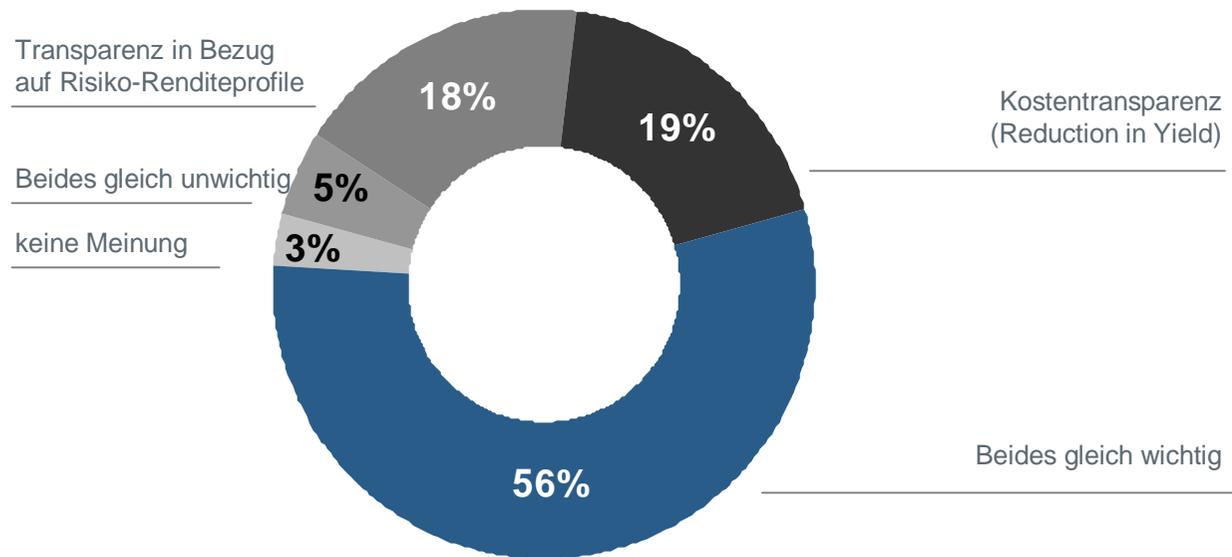
„Welche Themen sind Ihren Kunden besonders wichtig?“



*Für mehr als die Hälfte der Makler ist sowohl
Transparenz in Bezug auf Risiko-Renditeprofile als auch
Kostentransparenz in der Beratung wichtig.*



„Das Thema „Transparenz in der Beratung“ wird gegenwärtig intensiv in den Medien diskutiert. Welcher Aspekt der Transparenz ist Ihnen wichtiger?“



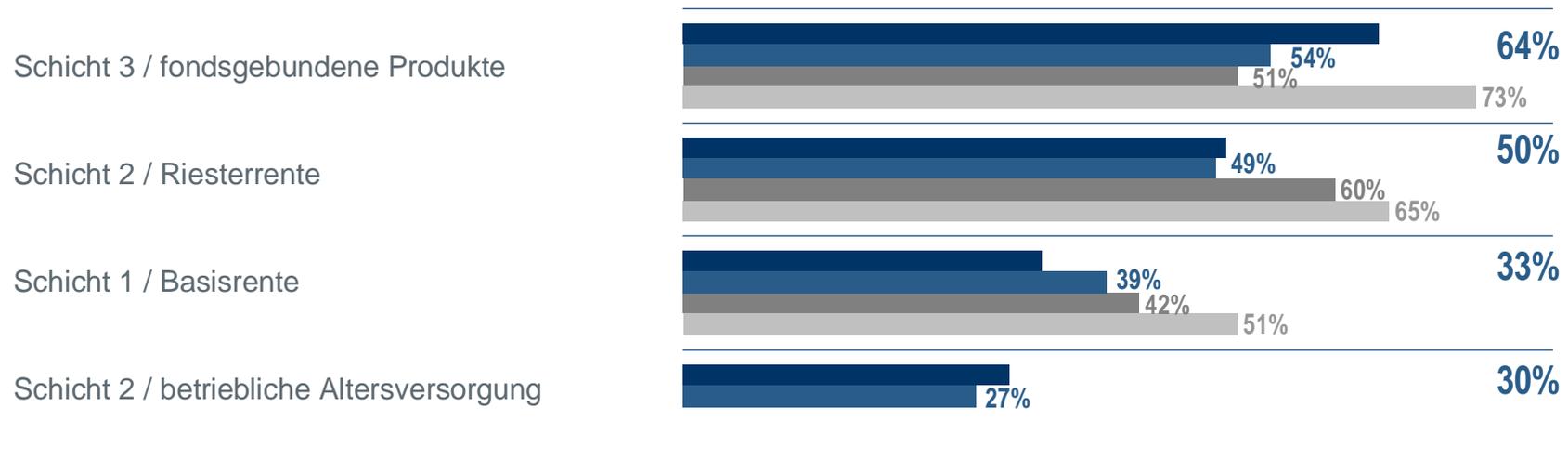
Themen

- 1 Fondspolicengeschäft, Beratungsverhalten und Transparenz
- 2 Absatzpotenziale, Produktrends und Garantien

Die Absatzpotenziale der dritten Schicht werden deutlich besser eingeschätzt als im Vorjahr.



„Wie beurteilen Sie die Absatzpotenziale fondsgebundener Produkte in allen drei Schichten?“



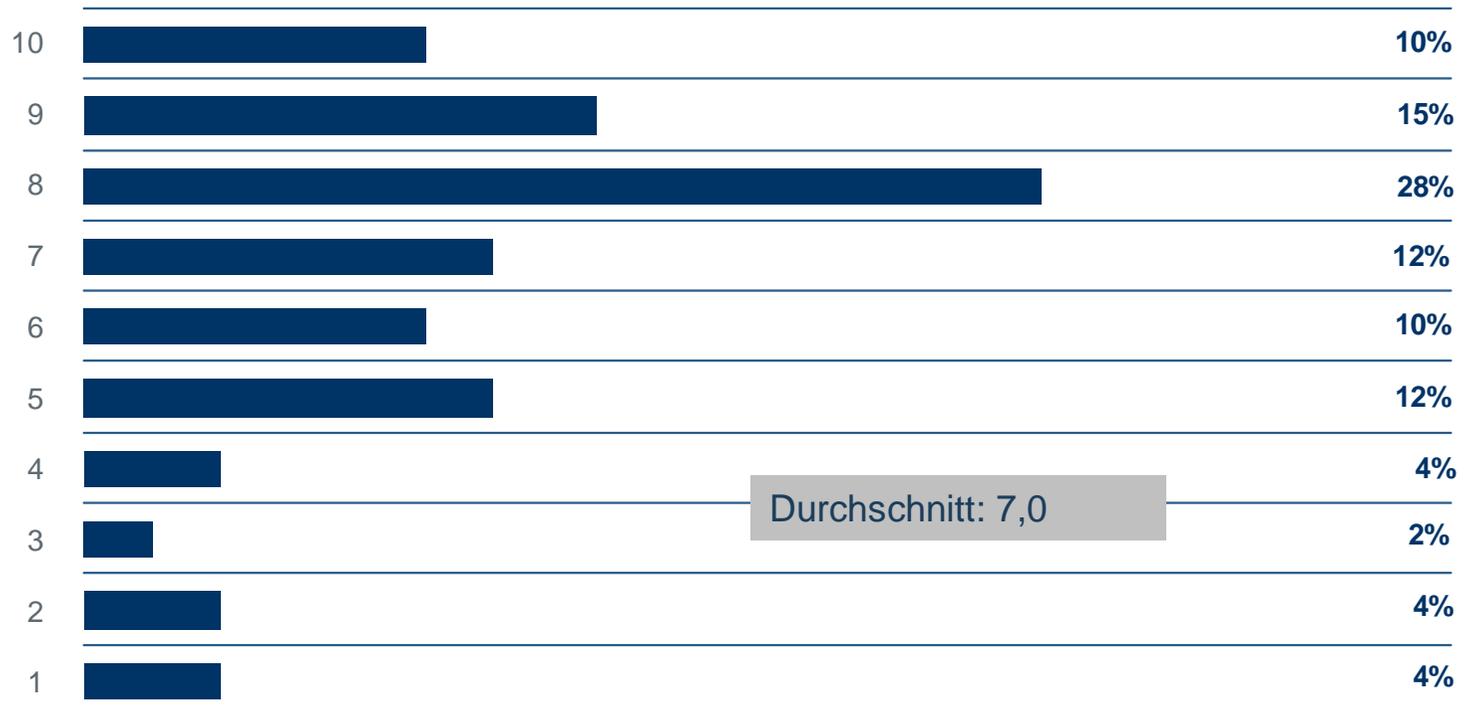
■ 2011 ■ 2010 ■ 2009 ■ 2008

(Beurteilung „hoch“)

Mehr als jeder zweite Makler glaubt, dass Fondspolices durch den abgesenkten Rechnungszins attraktiver werden.



„Wird die fondsgebundene Altersvorsorge durch die Absenkung des Rechnungszinses im Vergleich zur konventionellen Altersvorsorge an Bedeutung gewinnen?“

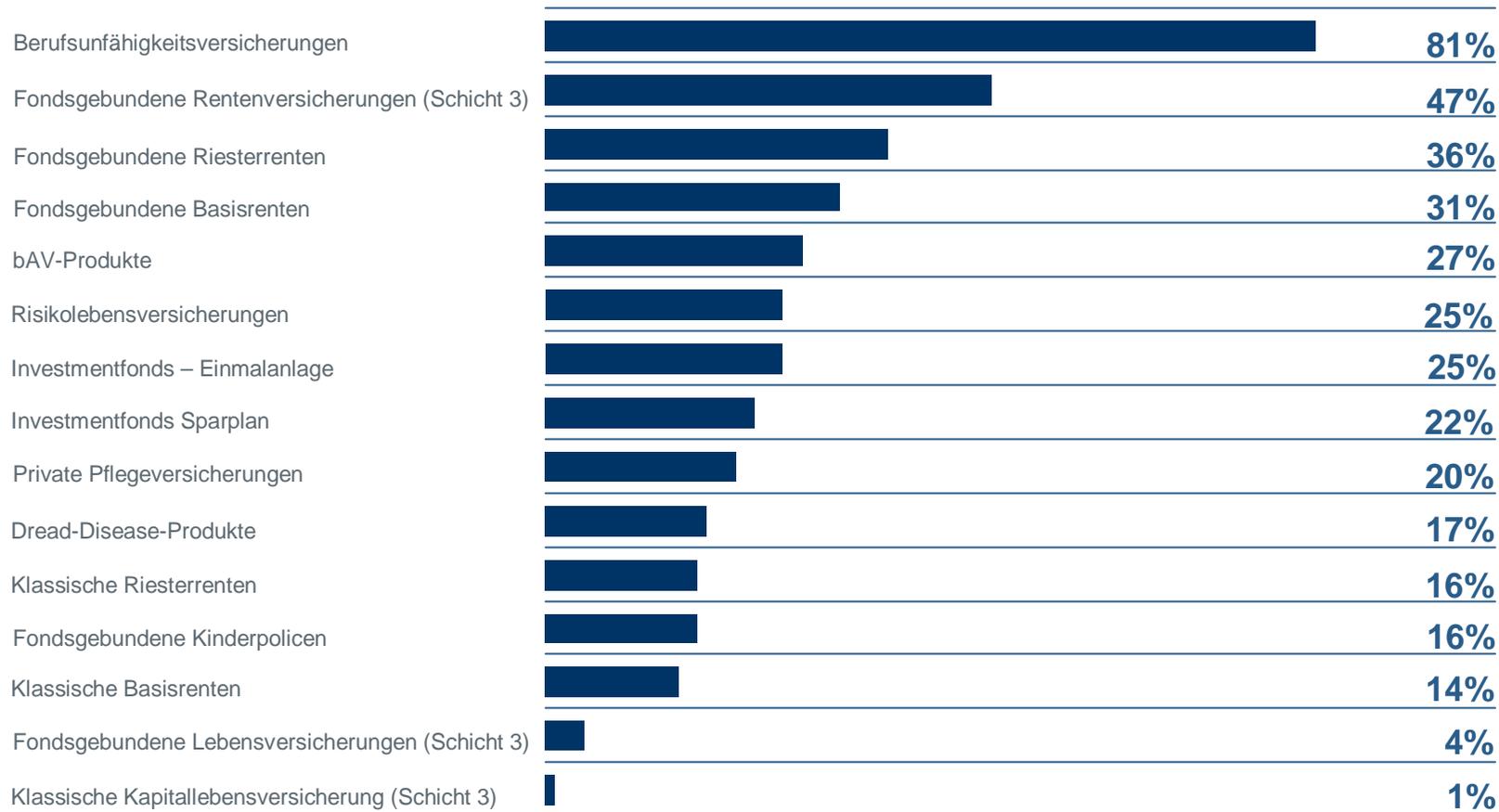


(Attraktivitätssteigerung, 10=hoch, 1=sehr niedrig)

Wie im Vorjahr sieht die Mehrheit der befragten Makler den Schwerpunkt im Neugeschäft in der BU-Versicherung.



Aktuelles Neugeschäft 2011:
 „Welche Produkte werden Sie in diesem Jahr **schwerpunktmäßig** verkaufen?“

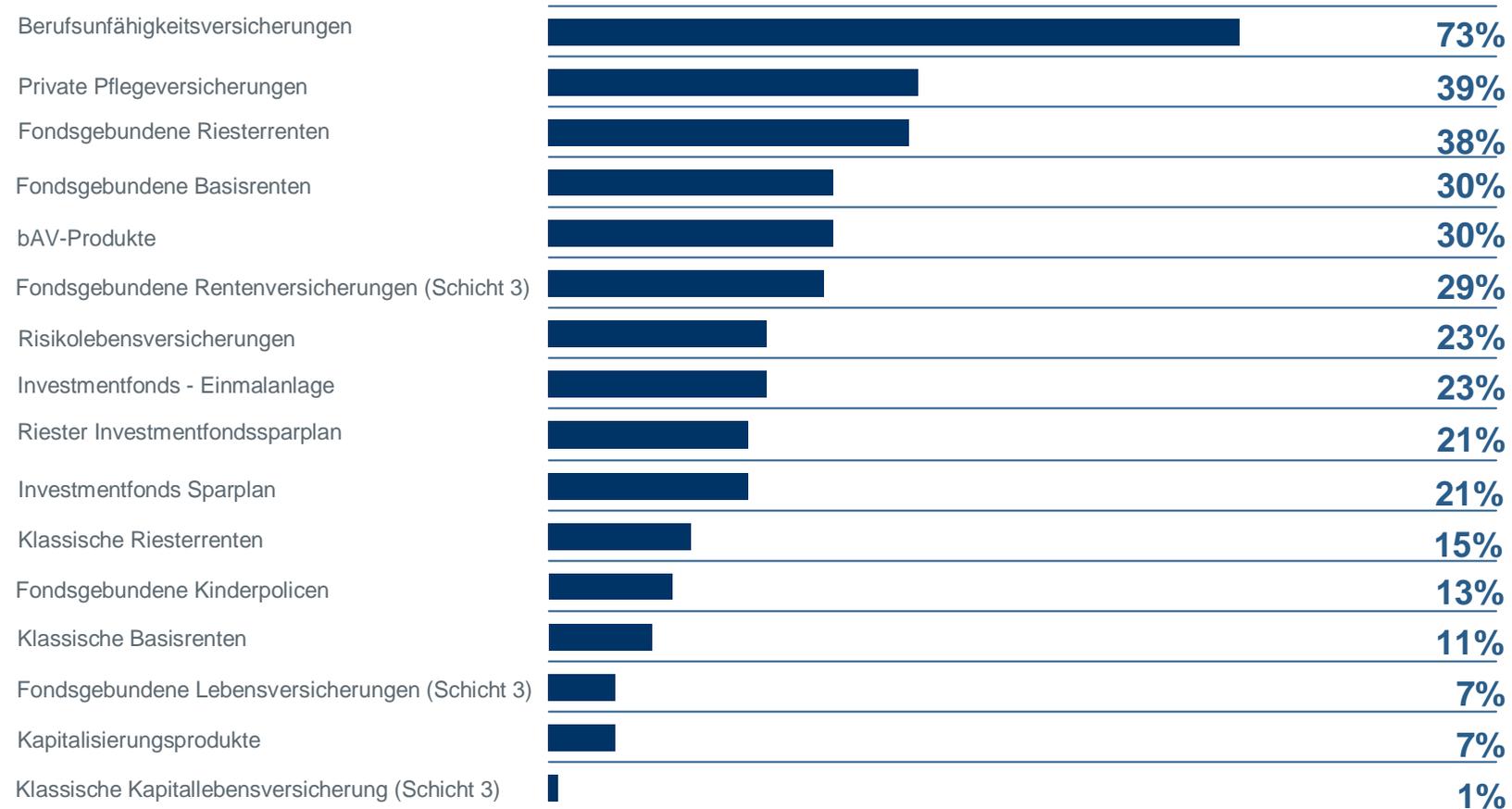


Auch im Langfristtrend setzen die Makler auf den Verkauf von BU-Produkten. Private Pflegeversicherungen holen auf.



Neugeschäft:

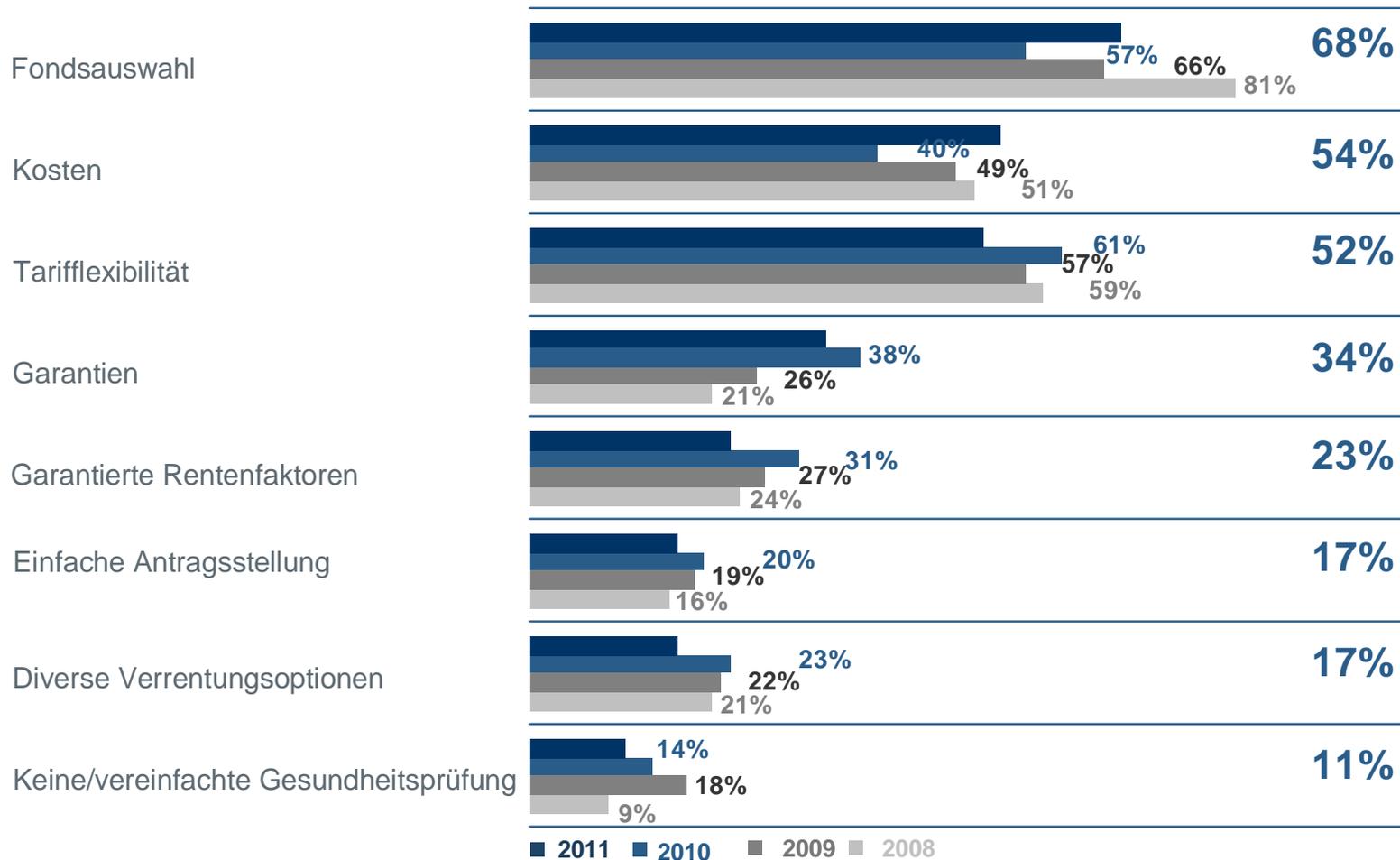
„Wo sehen Sie **langfristig** (drei bis fünf Jahre) den Schwerpunkt Ihrer Geschäftstätigkeit?“



*Die Fondsauswahl rückt auf Platz 1 vor.
Auch Kosten gewinnen an Bedeutung.*



„Welches sind die drei wichtigsten Selektionskriterien im Rahmen der **Produktauswahl**?“

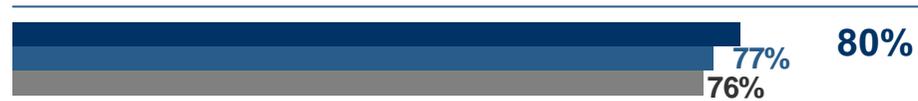


Garantiekomponenten in Fondspolices sind weiter im Kommen.

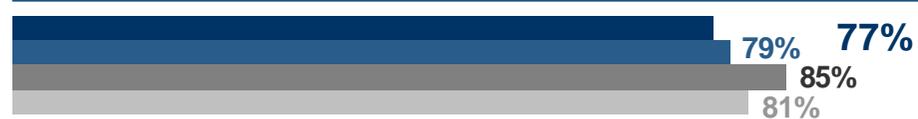


„Wie beurteilen Sie folgende Aussagen?“

Künftig werden Garantieprodukte stark von Kundenseite nachgefragt werden.



Derzeit werden Garantieprodukte stark von Kundenseite nachgefragt.



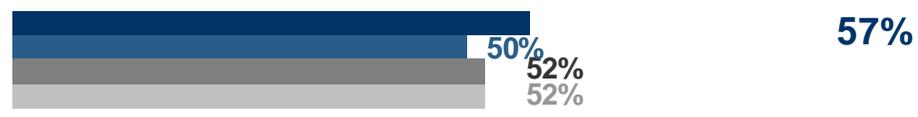
Produkte, bei denen der Kunde das Garantieniveau individuell bestimmen kann, werden zukünftig an Bedeutung gewinnen.



Fondspolices ohne Garantie sind momentan schwer verkäuflich.



Ich glaube, dass Garantien im Rahmen fondsgebundener Produkte sinnvoll sind.



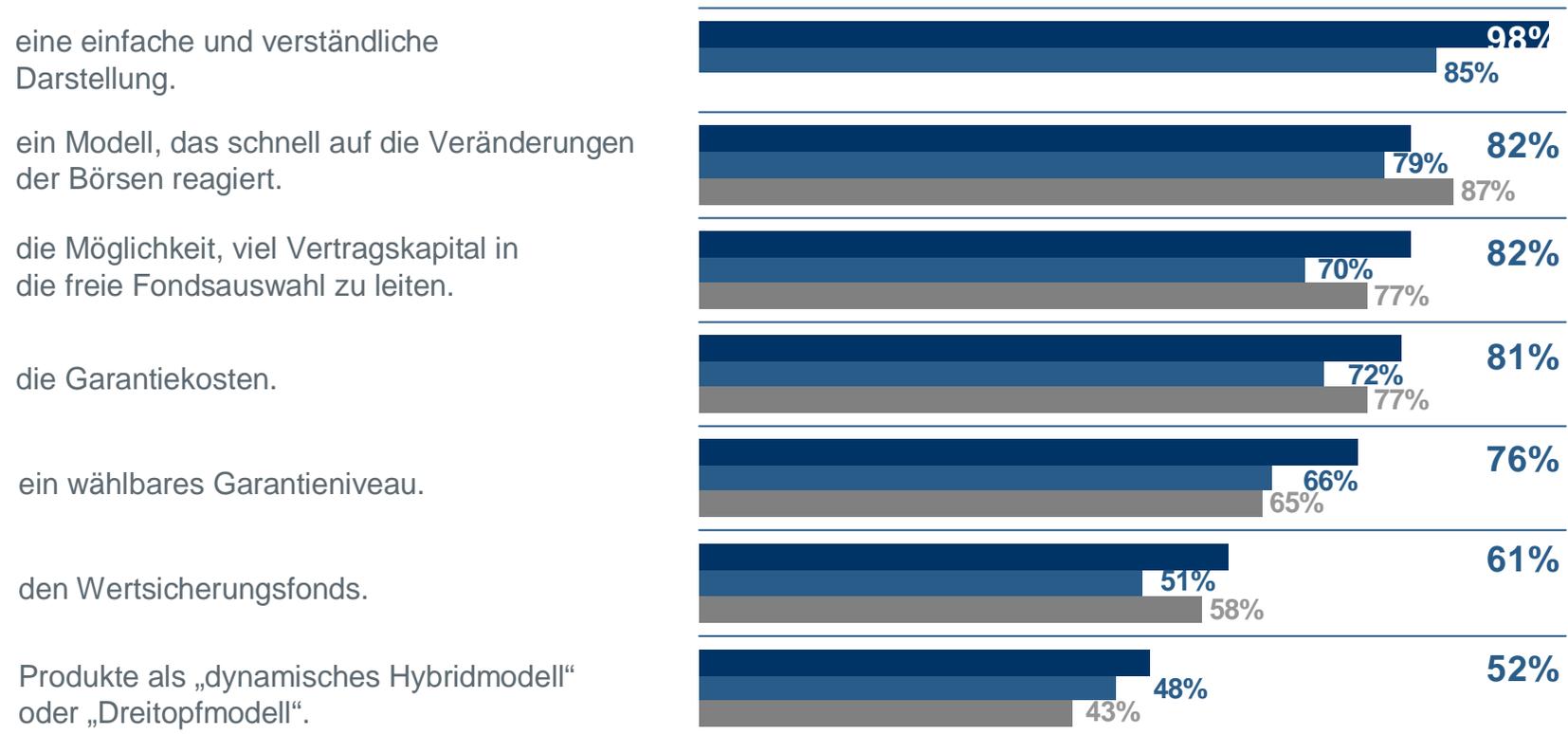
■ 2011 ■ 2010 ■ 2009 ■ 2008

(„Stimme vollkommen zu“ und „stimme eher zu“ wurden zusammengefasst)

Makler achten in erster Linie darauf, dass die Garantiemodelle einfach und verständlich sind.



„Welches Garantiemodell ist aus Ihrer Sicht leistungsfähiger?
Bei der Auswahl einer geeigneten Garantiefondspolice achte ich besonders auf ...“



■ 2011 ■ 2010 ■ 2009

(„Stimme vollkommen zu“ und „stimme eher zu“ wurden zusammengefasst)

DRMM Maklermanagement AG
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Thomas Wedrich
Tel.: 040 3599-2774
Fax: 040 3599-2297
www.maklermanagement.ag
E-Mail: presse@maklermanagement.ag

